# 装修餐饮电话营销方案范文推荐63篇

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2025-04-26

*装修餐饮电话营销方案范文 第一篇>一、做好旺季与淡季的营销转换别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这...*

**装修餐饮电话营销方案范文 第一篇**

>一、做好旺季与淡季的营销转换

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于领先方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取最大的销量，获取最大的收益;取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知名度，等等，从而建立长期的\'战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”;而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1、老客户的维护;

2、新客源的开发;

3、品牌形象的塑造。要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

>二、认清市场变化，从容应对

这需要根据酒楼的市场定位，从客源构成、消费动机，以及节后餐饮市场的调整趋势等方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市场。

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和军队)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之中的婚寿宴、百日宴等，在淡季里会显得比较突出，成为很多酒楼的支柱收入来源之一。而另一块市场，比如象会展、旅游团队等，在春节期间几乎停顿，但在节后也会成为餐饮市场不可忽略的部份。

针对这些市场变化，酒楼应根据自身的定位调整营销的手段，做到有的放矢、简单有效。比如，中档酒楼可推出较为实惠的家庭套餐、白领午餐，以吸引家庭和白领上班族的消费;推出“平价酒水超市”，以此降低客人的酒水消费成本，且有效克服客人自带酒水的矛盾;策划更加细致、周到的婚寿宴、百日宴营销预案，以更多的优惠赠送项目以吸引预定婚寿宴、百日宴的消费，等等。当然，对中、高档酒楼来说集团消费仍然是主流，那针对这部份客源也应该有相应的营销举措，切不可顾此失彼了。

>三、把握淡季中的小高潮

在春节后的餐饮淡季里，也有一些小的消费热点，比如妇女节，很多单位就会组织女性员工聚餐庆祝，很多女性消费者也会跟朋友相约一起享受美食。各地也会有一些各不相同的展会商机，比如3月份的20xx春季糖酒会就在成都举行，届时数十万来自全国甚至国外的客商齐聚蓉城，且一定会安排很多迎送往来的招待宴会，短期内会掀起一股不小的餐饮消费热潮。酒楼应及早制定营销预案，有条不紊地开展营销促进工作，力争在这些淡季中的小高潮有不错的斩获。

>四、配合淡季的营销活动，保持适度的广告宣传

旺季的时候，你的广告往往会被淹没在广告的海洋中。而在淡季，适度的营销活动再配合适度的广告宣传，会使得你的酒楼在整个行业中显得比较醒目，品牌宣传的效果会更好，营销活动的效果也会更好。

>五、砍柴磨刀两不误

淡季里的营销工作应该两手抓，一手抓市场，即所谓的“砍柴”;另一手练内功，即所谓“磨刀”。前面主要阐述的是抓市场的一些策略，关于练内功，我有如下一些建议：

1.总结旺季营销工作的得与失，不断改进营销的思路和方法;

2.对已经制定的后续的营销工作计划重新检讨，进行修正和完善;

3.优质的产品和服务就是最好的营销，所以淡季里在经营业务不是很忙的情况下，开展系统的服务和生产技能培训，不断提高服务品质;

4.淘汰不合格的营销人员，招募新的营销人员，并进行全面的强化培训;

5.检讨酒楼过去在品牌展示方面的不足，充实品牌内涵，努力打造高品位的品牌形象。

春节后餐饮业淡季形势严峻，因此要做好营销管理的方案，这样才让自己的企业赢取更多的利益。

**装修餐饮电话营销方案范文 第二篇**

装修工程施工进度计划报告

致：那坡县文化和体育局、广西建晖工程监理有限责任公司

我公司承建的那坡县边境民族文化传承保护中心项目，目前已进行装修分部施工。因该项目施工进度计划与总进度严重滞后，现我公司作出如下调整：

一、四月份进度计划：

①、20\_年4月1日至4月30日13人进行内墙抹灰工作；②、20\_年4月1日至4月30日8人进行屋面防水、玻纹瓦铺贴工作；③、20\_年4月10日至4月20日4人进行室内铝合金窗框安装并完成。

二、五月份进度计划：

①、20\_年5月1日至5月10日13人进行内墙抹灰工作完成；②、20\_年5月1日至5月15日8人进行屋面防水、玻纹瓦铺贴工作并完成；③、20\_年5月10日至5月30日15人进行室内地面砖铺贴；④、20\_年5月10日至5月30日4人进行水电管道暗埋。

三、六月份进度计划：

①、20\_年6月1日至6月30日15人进行室内地面砖铺贴；②、20\_年6月1日至6月30日4人进行水电管道暗埋；③、20\_年6月20日至5月30日5人进行外墙大理石铺贴。

四、七月份进度计划：

①、20\_年7月1日至7月30日15人进行室内地面砖铺贴；②、20\_年7月1日至7月30日4人进行水电管道暗埋；③、20\_年7月1日至7月20日5人进行外墙大理石铺贴并完成；④、20\_年7月10日至7月30日10人进行外墙涂料粉刷和内墙腻子粉刷；⑤、20\_年7月1日至7月30日5人进行铝

合金窗安装和玻璃幕墙安装。

四、八月份进度计划：

①、20\_年8月1日至8月10日10人进行室内地面砖铺贴并完成；②、20\_年8月1日至8月20日6人进行水电安装并完成；③、20\_年8月1日至8月20日15人进行外墙涂料粉刷和内墙腻子粉刷并完成；④、20\_年8月1日至8月10日5人进行铝合金窗安装和玻璃幕墙安装并完成；⑤、20\_年8月1日至8月20日5人进行楼梯、阳台扶手安装并完成；⑥、20\_年8月20日至8月23日8人进行外脚手架拆除并完成；⑦、20\_年8月1日至8月30日8人进行室内外消防管道安装并完成；⑧、20\_年8月23日至8月30日8人进行室外散水坡施工并完成；⑨、20\_年4月1日至8月30日2人进行资料收集并完成。

以上为我公司的工程进度计划报告，敬请那坡县文化和体育局对工程进度给予监督。如施工过程中的各分项工程存在图纸变更或电梯安装等问题，请贵局予以尽快解决。如因停电、停水、图纸变更等或不可抗拒因素工期相应延顺。

施工单位：广西诚鑫工程 监理单位：广西建晖工程 建设单位：那坡县文化和

有限公司 监理有限责任公司 体育局

20\_年3月29日

**装修餐饮电话营销方案范文 第三篇**

六月夏日炎炎，六月父爱如山。6月的阳光是一年之中最炽热的，象征着父亲给予子女那火热的爱。父爱如山，人生中很多东西不可能永存，但父亲给我们的爱却永恒，一年一度的父亲节即将来临。在这个属于父亲的节日，为了调动起消费者的积极性，吸引更多的顾客，提升营业额，经管理公司研究决定拟父亲节营销策划方案如下：

>一、活动时间：6月17日-6月18日

>二、活动目的：

1、通过活动刺激亲情消费，提升企业的良好品牌形象；

2、拉动消费量，竞争市场份额；

3、加大E餐销售量，提高各店的营业创收。

>三、活动主题：心系父亲节，XX一家亲。

>四、活动地点：XX

>五、活动内容：

1、活动期间，各店迎宾人员对来店消费的中老年男性送上节日祝福“您好，节日快乐”。

2、活动期间，各店增加播放《报答一生》《父亲》这两首曲目。

3、活动期间，订xx餐均有好礼相送。

凡电话订餐消费满688元免费赠送xx餐扑克牌4副，凡电话订餐消费满888元免费赠送XXE餐及时送VIP会员金卡一张，各店做好登记，财务备存。

4、活动期间各店厨政部推出几款父亲节爱心套餐，价格各店可根据自己的具体情况而定，菜式以健康，营养为主，菜品名体现父爱（参考：感恩之爱、父爱如山、父爱似水、父子情深）。并且主推一道父亲节特色菜品。

5、活动期间到店内消费的客人，单桌消费满800元可获赠免费全家福（10寸塑封）一张，各店做好登记，财务备存。

6、企划部统一利用短信平台给客户发送父亲节祝福短信：“心系父亲节，XX一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出，XX餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”

>六、宣传事宜：

1、管理公司企划部负责刻制父亲节横幅，每店一条，内容“心系父亲节，XX一家亲”，并与6月15日之前送至各店；

2、管理公司企划部于6月16日统一为各店客户发送父亲节祝福短信，“心系父亲节，XX一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出，XX餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”。

>七、注意事项：

1、各店认真组织员工学习活动方案，根据方案对员工进行相关知识培训；

2、各店活动期间充分做好拍照、洗照工作，增加创收点；

3、积分卡活动、赠券活动与此活动同时进行。

**装修餐饮电话营销方案范文 第四篇**

>一、营销策略

以惠安为重点，在确保惠安地区市场全面、顺利开展的同时，扩大营销力度，面向全市。与其他中介、建材市场商家、小区便利店、售楼人员、物业人员等合作，集中全县所有可能开发的市场力量，促使本项目能顺利融入所有营销的市场。建立线上、线下两种平台，从而达成最佳营销成果。

>二、销售模式

我司以两种模式进行销售本项目：

1、需要实际装修，但缺乏资金的客户，我司可根据其情况帮其办理装修贷款；

2、通过我司购买装修材料的客户（如瓷砖、家具等），我司可根据其情况配备装修贷款；

产品类型：装修贷：1500/平-20xx/平（根据该房屋所处地理位置决定所批价格）

万用金：根据其实际情况审批

我司根据客户的\'具体情况，为其配备一种或两种贷款。

>三、战略渠道

>（一）外出探访式（15%）

考虑到成本控制因素，前期推广难度较大。为在短时间内达到一定效果，制造一定知名度和找到目标客户，人员外出收集和挖掘客户源是目前最好的选择。通过所有楼盘进行扫楼还获取客户。

>（二）外出派发传单（15%）

通过外出派发宣传单形式，对全县市场进行一对一宣传、收集前期迅速提高项目知名度，收集意向目标客户，屏蔽前期无法发布硬性广告劣势。后期巩固市场份额，扩大市场容入空间。

**装修餐饮电话营销方案范文 第五篇**

京城的老字号因想的周到，并且时不常地按照“老理儿”惦记着给新老顾客讨个“口彩”，使得许多有品位、口味儿讲究的顾客，专挑老字号，在老字号过年逐渐成为一种食文化。

有“名震京都三百载，味压华北白肉香”美誉的砂锅居的“年夜饭”宴席为京城老饕们提供了多种价位的选择。其中的一席不仅包括店家的金牌菜水晶肘，更有镇店名菜砂锅白肉、全家福和砂锅鱼翅、干烧鱼等，可谓是营养丰富，滋补养生。

咱先说这水晶肘，色泽如水晶般剔透，味道鲜香，软滑可口，是女性美容养颜的佳品。而历经三百年不衰的“中华名菜”——砂锅白肉，肉味香醇，肥而不腻，瘦而不柴，酸菜脆嫩爽口，粉丝剔透滑爽，再蘸上韭菜花、腐乳、辣椒油等特制的小料，入口鲜香，别有一番诱人滋味，确是名不虚传。

砂锅鱼翅也是一份营养丰富的上品佳肴。精选上等鱼翅，用鲍鱼丝、海参丝、精制粉丝等垫底，倒入精制高汤、调料“火靠”制而成。汤汁清澈，鱼翅浅黄，汤味醇厚鲜香，鱼翅滑润细腻，十分适口。如今砂锅居饭庄坐落于西城缸瓦市大街路东的定王府附近，还特地铸造了京城最大的一口“砂锅王”，摆放在店门前，到那儿您一准儿认得。

>方案实施地：西四南大街60号砂锅居

说起这烧卖，京城几乎无人能敌都一处。且看那“烧麦”细腰叠裙，顶部麦穗含食，外形美观，食之香而不腻，堪称京城一绝。正因为有这好手艺，才使得当年乾隆爷龙心大悦，御赐匾额。

今年都一处延续这一文化脉络，又推出了“乾隆猎鹿宴”等极具文化特色的套餐。鹿本是“长寿、安康”的象征，鹿血、鹿茸、鹿肉都是极具食补价值的食材，中国自古就把鹿视为浑身是宝的一种动物。各种营养价值极高的原材料组成的“乾隆猎鹿宴”，以丰富的口味和浓郁的历史文化来满足广大顾客的节日需要。

都一处今年还特别恢复了年夜饭外送业务，只要您一个电话，餐厅就会按照事前预定的各种菜肴准时送到，让您可以从繁重的厨务工作中解脱出来，轻松享受过年。

>方案实施地：方庄蒲芳路1号-6方庄芳城园美食街15号楼都一处

**装修餐饮电话营销方案范文 第六篇**

一、活动时间：\_月\_日(星期\_)——\_月\_日

二、活动地点：饭店、酒店、餐饮。

三、活动主题：双十一促销

四、活动目的

1.宣传公司形象、品牌形象，影响主要目标消费群的消费心理，在目标消费群中塑造一个美好的形象;

2.通过活动的概念引导，在消费者中留下较好的印象，增强消费者和企业员工的信心，提高品牌知名度和美誉度，影响消费者品牌忠诚;

3.改变消费者认知，形成良性认识;

4.培养潜在消费者，加深目标消费群对饭店、酒店、餐饮的了解;

5.周年庆典意图让人们加深对饭店、酒店、餐饮的认识，接受并愿意到饭店、酒店、餐饮来消费，而双十一则是让大众亲身体验饭店、酒店、餐饮的特色与服务，同喜同乐，进而直接提高利润。

五、活动分析

(一)饭店、酒店、餐饮自身分析

1.饭店、酒店、餐饮的消费对象属中、高档阶级，他们一般都有良好的文化背景或经济背景，与饭店、酒店、餐饮浓厚的文化气氛相契合。

2.饭店、酒店、餐饮菜肴主要以中式菜为主，不存在口味差异的问题，但是美食当前，圣人也会流涎的。也是其他商家缺少的。

(二)竞争对手威胁分析

饭店、酒店、餐饮地处中山路与九一路交界处，属于市中心繁华地带，同一地段、同类经营的场所有“老树咖啡”和“我家咖啡”，而这两家无论从装修格调还是经营风格来讲，都比较西式化，现代感较强，店面招牌较突出，易吸引路人视线。其菜肴也主要以西餐、商务套餐为主，消费水平属中高档，比较适合时尚一族的消费心理。

纯子柔情，也是饭店、酒店、餐饮的一大竞争对手。因而本次活动的主要目的就是办一次有声有色的活动，从而一举成名。

另外，在双十一时，几乎所有的酒楼餐馆都会或多或少地举办促销宣传活动。

活动概念关系连结，从双十一开始，以美食节作为连结，从而使本次活动在减少宣传费用的同时促进消费。进而获取更大的利润。

户外布置：

布置宗旨：隆重、喜庆气氛与饭店、酒店、餐饮的文化特色相结合。

外景布置：

拱门或汽摸模1个：上扎小气球200个，拱门祝贺语单面。摆放一个礼拜。条幅8条。

花篮20个：摆于门口。

每个窗户设置一幅对联，其内容须与“双十一”有关。另外，每条对联上方有盏灯笼。

霓红灯的悬挂：与悬挂对联相冲突，故只能两者选一。

活动时间：\_年\_月\_日——\_年\_月\_日

目的：不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的消费(增加人气)，获得更多的剩余价值(利润)。

要求：要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

1.自助餐、点餐、新菜、特价菜等

2.打折消费：

3.赠送优惠券：凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。

4.免费赠送饭菜：凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。

地址：饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前。

场地布置：

搭建一个临时舞台。

背景布幔一个。

进口音响一套。

舞台地板上小灯笼16盏。

其他背景灯光。

活动创意：

1.现场猜谜活动：在活动现场悬挂有谜语的五彩灯(红灯)笼。凡中者皆能获得10元的消费优惠券。塑造双十一的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内涵。专设一个谜底台。

2.演艺活动策划：

(1)有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题

(2)载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持1-2名。

(3)穿插一些让观众参加的《双十一》：邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有“一”字或是咏“双”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功最好者，均有奖励(100元或50元消费券)。

(4)拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增加。

(5)饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

广告宣传传策略：

一箭双雕，即通过一次广告宣传周年庆典和双十一促销活动，在信息达到大众的时候减少广告费用。

简易描述：

一、媒体的选择：以《\_\_日报》、DM单为主，海报等其他为辅。

二、广告宣传口号：\_\_饭店、酒店、餐饮，年年双十一。

\_\_：数词，代指\_月\_日——\_\_日

正好从饭店、酒店、餐饮周年庆典到双十一夜。

符合逻辑性。

三、宣传内容：

1.周年庆典的活动内容

2.美食节优惠信息

3.双十一与其他信息

四、注意：

1.时间性：\_月\_日一期《\_\_日报》。DM单除了活动期间发放外，还可以在5日前发放。

2.宣传内容的新颖性和完整性。

费用预算：

媒介费用\_元

户外布置\_元

现场布置\_元

其他宣传\_元

总计：\_元整

**装修餐饮电话营销方案范文 第七篇**

>一、活动背景

x月xx号的就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节日，是每一家酒店都在努力的工作。根据我们酒店自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。这是我们今年的520推广计划。

>二、活动主题

xx酒店520(天赐良缘，情定xx)

>三、活动时间

20\_年x月xx日。

>四、活动地点

主要地点：xx西餐厅。

次要地点：客房。

>五、活动方法

1、通过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂。

2、摆放“情人留言卡片”，供情侣在上面写下爱的誓言

3、客房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫瑰花，巧克力，香槟酒

>六、气氛营造

1、外围设一块桁架做宣传广告。

2、大堂电子屏、LED屏滚动播放关于活动内容。

3、一楼、六楼各放一个小展架。

4、六楼餐厅每个餐桌摆一个烛台，一只玫瑰花。

5、整个餐厅用白色桌布、白色椅子、腊梅、沙缦点缀整个餐厅。

6、吧台摆一束鲜花(百合、马蹄莲)。

7、西餐厅门口搭个拱门花柱。

8、彩灯和沙缦布置现场用粉色气球点缀。

9、现场拍照(拍立得xx元/张)。

10、餐台摆一个香槟塔。

11、专门设一个餐台放一个大蛋糕摆在餐台上。

>七、广告方法

1、宣传单：xx份(客房，各营业口)。

2、短信发布:xx元(x万条)。

3、内部广告发布：(电子屏，三明电视台字幕滚动频，含喷绘)

4、广告文字：

A、天赐良缘，情定xx。(广告词)

B、春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了。520到了，在xx大酒店准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(短信)

>八、活动安排

1、营销部：x月xx日前推出活动广告。

2、其他部门x月xx前结合营销计划，制定好520活动细则。

3、餐厅客房在x月xx日前做好520氛围营造工作。

4、工程部：结合活动计划，做好用光，用电工作的安排及特殊道具的制作。

**装修餐饮电话营销方案范文 第八篇**

一、活动主题：

“庆佳节，优惠、美味等你来”

二、活动时间：

\_月\_日~\_月\_日

三、活动目的：

提升客单价，促进销售目标达成

四、主题活动内容：

消费者在\_月\_日~\_月\_日期间，只要消费满\_\_元，即可加\_元换取我们精心为消费者准备的商品中的任意一件。

备注：单张小票不累计。

赠品要求：挑选多少商品，作为活动商品，要求商品售价在三元以上的商品，也可对部分毛利损失较大的商品进行限量，但每天需保证在八个商品以上

五、介绍活动

由当日的工作人员负责

六、气氛布置：

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

七、活动执行与分工：

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

1、菜式：餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择

2、制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3、观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

餐饮淡季促销方法：

1、围绕主营产品进行延伸开发，推出一系列适合当季消费的产品，比如，主营产品是以\_\_为主的，就可以引进一些以\_\_为主要材料的特色菜品，做为餐厅的补充;

2、开发适合当季消费的品种，制造卖点。比如夏季火锅中的冰淇淋火锅、清淡型火锅等，让顾客有更多的选择，同时新品种也可以为餐厅制造新的卖点与宣传点，吸引更为广泛的消费群体参与消费;

3、推出适合当季消费的系列小吃凉碟，在保证利润甚至成本的前提下进行低价销售，以点带面，让顾客觉得实惠，从而带动人气的上升;

4、抓住当季的瓜果，推去系列鲜榨果汁、果盘，甚至可以考虑瓜果入菜，进而增加菜品的独特性。环境气氛促销

热情服务促销：

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务技巧促销：

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理.为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点.达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研究客户的需求，“特色菜”营销是一把出奇制胜的利剑，从客户的口味出发，从色、香、味、型、营养等方面挖掘。

**装修餐饮电话营销方案范文 第九篇**

工程装修计划书

本工程严格按照《建筑装饰装修工程施工及验收规范》《室内装修工程质量规范》《建筑施工安全检查标准》等规范要求和施工图纸来施工。

一、工程概况

工程项目: 新能源4s店装修

工程地点：博学路与陇海路交叉口

施工面积：地面、墙面及顶面共计4500㎡ 施工范围：一层展厅、四层办公室

工程概况：本工程为新能源乘运车展厅和办公室装修工程。主要施工内容有地面、墙面、天棚工程。承重墙、消防设施、建筑大框架等原始结构一律都没有变动、只是更换了原有的大门。

二、主要施工区域工艺 1.一层展厅

地面：在原地面上水泥砂浆找平，面层铺贴地砖， 墙面：刷乳胶漆，需用加气块新建隔断墙。 顶面：直接喷漆，不做吊顶。 2.四层办公区：

地面：铺地板砖。

墙面：刷白色乳胶漆。需用加气块新建墙体。 顶面：石膏板和铝扣板吊顶。

其他：线路铺设、电器及灯饰安装等。

3.主要用材：轻钢龙骨、木材、石膏板、乳胶漆、钢化玻璃、穿线管、铜芯线、灯具及开关插座、配电箱等基础设施。

4.施工工期将控制在 30 天以内。

三、施工流程：

1、先走水电线路，大概10天，2、铺设地板砖和建造隔断墙同时进行，因为工期比较紧，需交叉作业，大概10天。

3、刷乳胶漆和木工吊顶同时进场，交叉作业，需20天。

4、安装门、洁具灯具等其他设施，需10天，5、保洁、扫尾工作及竣工验收。需5天。

四、施工部署

为保证装修工程在施工过程中做到有组织、有部署，，使装修工程自始至终的有序进行，我们将组建项目部，负责本工程的施工技术、质量、进度、安全、材料、文明等总体管理，公司领导同意指挥，合理安排施工流水段，统筹协调好各分项、分部的施工，确保工程质量和施工进度段。在装饰期间，不影响其他施工单位，且在施工过程中，尽力减少粉尘污染，噪音减少到最低程度。

五、施工组织

公司拟排项目经理、技术工程师、安全员、材料员、监理等人员，各司其职，尽量做到安全、文明施工，减少污染源。

六、施工工艺

1、天棚工程

在吊顶前，顶棚上的电器配合、布线、消防、供水管道等必须安装到位，先安装木龙骨，再进行板材铺贴，板面拼接缝均匀，安装必须牢固。

2、新建墙体

新建墙体采用加气块和钢化玻璃，详细见图纸。

3、墙面工程

清理基层墙面，无油污、无裂纹、无空洞现象后，刷封底漆，用腻子粉打磨三遍后，刷乳胶漆，要求均匀、无漏现象、无色差。

4、门窗工程

门采用双层生闸隔音门，弹线--照规矩--门洞口处理--链接铁件—门扇安装—密封嵌缝—安装配件。一定要开关门通畅。

5、铺贴陶瓷地面砖基本工艺流程

铺贴陶瓷地砖的施工要点：混凝土地面应将基层凿毛，凿毛深度5~10毫米，凿毛痕的间距为30毫米左右。之后，清净浮灰，砂浆、油渍，产散水刷少将地面。 铺贴前应弹好线，在地面弹出与门道口成直角的基准线,弹线应从门口开始,以保证进口处为整砖,非整砖置于阴角或家具下面,弹线应弹出纵横定位控制线。 铺贴陶瓷地面砖前，应先将陶瓷地面砖浸泡阴干。 铺贴时，水泥砂浆应饱满地抹在陶瓷地面砖背面，铺贴后用橡皮棰敲实。同时，用水平尺检查校正，擦净表面水泥砂浆。 铺贴完2~3小时后，用白水泥擦缝，用水泥、砂子=1：1(体积比)的水泥砂浆,缝要填充密实,平整光滑。再用棉丝将表面擦净。

6、地毯铺设工艺流程

铺设方式：地毯有块毯和卷材地毯两种形式，采用不同的铺设方式和铺设位置。活动式铺设： 是指将地毯明摆浮搁在基层上，不需将地毯与基层固定。固定式铺设： 固定式铺设有两种固定方法，一种是卡条式固定，使用倒刺板拉住地毯；一种是粘接法固定，使用胶粘剂把地毯粘贴在地板上。多余的地毯边裁去，清理拉掉的纤维。

裁割地毯时应沿地毯经纱裁割,只割断纬纱,不割经纱,对于有背衬的地毯,应从正面分开绒。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十篇**

通过圣诞节的策划活动，扩大酒店的知名度，加强与客户的感情联系，引导周边地区居民及各单位的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

>一、活动主题思想：

魔力圣诞派对

>二、活动时间：

xxxx年12月24日

票价:118每张

>三、活动地点：

二楼多功能大厅

>四、活动内容：

(注：由酒商提供奖品)

平安夜，狂欢夜自助大时间：xxxx年12月24日18：00——19：30

地点：xx会议中心

规模：280人

内容：大型自助餐（美国火鸡、酱牛肉，特色烤鱼，辣子鸡丁，辣白菜，蔬菜沙拉，鸡肉玉米羹，既有地道的中国菜，也有西餐，还有中西合壁的创新菜，每一道美味佳肴都呈现着诱人的色泽。各色水果和圣诞节的特色饼干等）综艺节目演出

（1）邀请专门演出队伍精彩演绎缤纷圣诞。

（2）集体参与游戏项目：“圣诞舞会”：自备服装、道具等，舞会中可请部分专业领舞者参与。欢快的圣诞颂歌回荡在上空，邀请晚会部分嘉宾参加，大家可以尽情歌舞，享受激越、兴奋、精彩、难忘的圣诞狂欢夜。自助餐台上将备有精心特制的圣热饮，花样繁多的节日甜点，琳琅界风味佳肴，更有香地道的咖啡，口味纯正的红酒以及香醇的极品酩悦香槟让您在“欢腾的xx”，尽享“缤纷的圣诞”。

“圣诞欢歌”：

小朋友们身着圣诞老人、森林里各种小动物样式的或是童话故事里白雪公主、蓝精灵还有时下最受小朋友欢迎的哈利波特、蜘蛛侠、咸蛋超等装扮，在两名圣诞天使的带领下一起伴随着清脆悦耳的铃铛声，边唱圣诞歌曲，边跳圣诞舞蹈。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十一篇**

>一、活动主题：

品尝爱情的味道，聆听浪漫的声音。

>二、活动内容：

圣诞浪漫大餐/套餐/儿童餐

圣诞礼物派发（优惠券，小礼物）

圣诞特别食品餐厅圣诞节活动策划

>三、活动时间：

平安夜及圣诞节当天

注：本活动不可与其他优惠同时享用，活动最终解释权归本店所有。

>四、广告宣传：

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣节日促销宣传海报、x展架在店面促销宣传。（12月15日前贴出去，提前宣传）

3、制作宣传单张，12月15日前开始在店面周围进行派单宣传。（公司提供统一的促销宣传单张和海报等）

4、横幅宣传，在12月10日前制作好促销横幅，挂在店面进行宣传。

横幅内容参考：品尝爱情的味道，聆听浪漫的声音。

>五、外场

1）门前的绿化区域及小树上均以满天星点缀装饰，在门前两侧布置两个圣诞小鹿的泡沫雕塑。安排一位工作人员装扮成圣诞老人迎宾。

2）酒店门前摆放一个大跨度的彩虹门并以满天星装饰边缘。

3）酒店门前的雨帘下方悬挂彩色巨幅横幅。

4）可透视出的橱窗均用圣诞泡沫图案装饰。

>六、内场

1）进门处圣诞标识地毯以及随时都能播放圣诞歌曲的圣诞老人。

2）身着圣诞装的礼仪迎宾员。

3）店内放一个3米高左右的圣诞树、拉着圣诞小车的小鹿和泡沫雕塑、篱笆。

4）在大堂顶部悬挂若干面关于圣诞主题的小饰品或小吊旗。

5）门口的门头及两侧的门柱均以圣诞主题装饰。

6）悬挂若干人工雪花装点节日效果。

>七、人员服装

1）所有服务人员以及前厅外场人员（经理除外）一律佩戴圣诞帽及雪花小围裙；

2）需要一位身着圣诞礼服的女生作为活动期间的主要迎宾接待。

3）需要两名表现力极佳的男生人选扮演圣诞老人。

>八、礼品、纪念品

1）海量的糖果、巧克力、小礼盒、圣诞玩偶等。

2）嘉宾参与环节的奖品（或是大于10元）的纪念品/优惠券。

4）纪念品（印有xxx主题标志的高档水晶杯）。

5）每对情侣一朵玫瑰花。

>九、内部宣传

（1）将餐厅节日宣传策划活动以及圣诞节的由来花絮以板报的形式向员工进行宣传。

（2）属下员工进行节日期间的语言规范、礼仪礼貌方面的培训。

（3）挑选服务员扮演圣诞老人，并进行适当的培训。

（4）播放节日期间的背景音乐CD碟，以烘托整个酒店的过节气氛。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十二篇**

活动方案指的是为某一次活动所指定的书面计划，具体行动实施办法细则，步骤等。下面是关于地产五一营销活动方案的内容，欢迎阅读！

>一、活动背景及目的

五一劳动节做为全国法定假期，放假三天，放假时间较短外出旅游时间不够，留着深圳的客户较多，项目需要做些促销和暖场活动吸引客户，保证现场氛围，促进销售！

>二、活动时间

5月1— 3日

>三、活动地点

金地XX营销中心

>四、活动对象

金地XX所有到访业主、客户

>五、活动主题

爱运动，爱健康，XX运动闯关游戏总动员

>六、活动内容

1、到访有礼——5月1—3日到访金地XX的客户，可领取精美小兔台灯1台。

备注：每日限前20名，每批客户限领取1台，先到先得，领完即止。

2、周末去XX“你抢货，峰买单”活动

活动时间：5月1—3日 下午3：00开始

活动场地：金地XX项目现场

活动对象：XX业主、近期到访客户

活动内容：金地XX为了感谢各位业主及社会人士对项目的支持，特举办该活动，参与活动需要关注金地XX官方微信，回复“我要抢万元商品”姓名及联系方式，活动当天根据报名业主抽取19个名额参与该活动（活动分10组进行，两人一组的形式参与（388元单独参加），每次抽取4位的业主或客户，第一轮被抽取的业主或客户参与完活动再抽取下一轮参与者，直到19个名额用完），被抽到的业主或客户从我们客服人员手中抽取金额卡一张，抽完金额卡的业主或客户在我们客服人员的指引下在指定的地点参与抢商品活动，客服人员会发出口令开始计时，必须在指定的时间内完成拿商品并按要求出商品区。

①、如果在规定时间内拿出的商品总金额在所抽取的金额卡范围内（金额卡±10元范围内），则商品归客户所有；

②、如果客户在规定的时间内拿出的商品总金额不在所抽取的金额卡数额范围内，客户需要退回所有的商品，我们给予一个鼓励奖品。（可以从自己拿出的商品中任意选取一件作为鼓励奖）

提示：超时则视为比赛结束，参与活动时必须按照我们划定的地点范围内，如果超出范围则比赛结束！

报名方式：参与活动需要关注金地XX官方微信，回复“我要抢万元商品”姓名及联系方式，活动当天到场参与抽奖，被抽出的业主或客户才可以参与活动！

金额卡设置：共有以下4种面额，分别是88元、188元、288元和388元！

3、现场暖场活动

“峰狂”运动闯关游戏

参与者需到营销中心前台领取金地XX圣诞游戏通关券，需持有体验卷，才能参加通关活动，现场共设有3个互动游戏，可以选择性参与。每通关一项可盖通关戳一个，根据通关戳个数，兑换相应奖品。

活动具体形式：

①、“峰狂”歌唱——现场有点唱机，参与客户需持通关活动参与券，在工作人员的安排下完整演绎一首歌曲，便可获得一个通关戳。

②、“峰狂”投篮——参与客户需持通关活动参与券，在工作人员的安排下参与投篮机通关游戏，通过3关及以上便可获得一个通关戳。

③、“峰狂”套圈——参与客户需持有通关活动参与券，在工作人员的安排下参与该活动，在该套圈活动中参与者可以获得10个圈圈，套中目标5个及以上便可获得一个通关戳。

>七、“峰狂”砸金蛋

凡是5月1—3日成功认购金地XX的客户可以参与砸金蛋一枚，金蛋奖品设置如下：

一等奖——每天1个——3个月物管费

二等奖——每天2个——足浴盆

三等奖——每天3个——电烤箱

四等奖——每天4个——榨汁机

**装修餐饮电话营销方案范文 第十三篇**

餐饮营销人员始终要有强烈的营销意识，为达到推销产品的目的，首先应掌握顾客的需求动机，了解客人的消费能力、层次、身份、条件特点、特殊需求以及个性化需求，并协调相关服务部门，尽可能满足宾客的需求。现在，就来看看以下两篇关于餐饮营销的方案吧!

餐饮营销策划的几大核心你了解吗?

如何合理运用餐饮营销策划是每个餐厅都要面临的问题，对于餐饮人而言，需要了解餐饮营销的几个核心点。

餐饮营销的原因

营销一定是为了解决问题而做，而其中最核心的就是解决营业额提升的目的，还有提升知名度和提升用户体验，你要看你的餐厅有什么需求，再来设计活动。

比如，您的店里生意还不错，但是桌均较低，我们可以做一个主题，引导客户提高桌均，如满返或满赠!但是注意，不要做满减，那样牺牲的是你所有利润!

要是想增加用户体验，那么上面两种都没必要，完全可以通过找茬给优惠等方式来做活动，这样大家会觉得你的核心是提高体验，而不是优惠，效果会更好。

餐饮营销的目标

根据你设计的活动和需求不同，目标肯定也不同，并且还要设定活动期间成本目标，人员成本目标等，如果做个活动，营业额增加了10%，成本增加了20%，那·是得不偿失。

所以，目标不是单一的，而是多方面的，要注意进行权衡，并且核心关注人效与坪效。

餐饮营销方案的设计

这里面包含了整个活动的方案，宣传品，宣传渠道，门店执行标准，门店促销或刷，每日任务等各个方面，需要做的越完整越好，考虑到各个方面，不要过于随意。

比如，你做了一个活动，不能只从销售的角度考虑，也要考虑采购是否方便，货源是否稳定，价格是否在活动期内最合适，同时考虑后厨出餐时间，厨房压力，口味是否能够统一，有几条线的厨师可以制作，包括餐具是否够用，切配是否方便等等的问题。

当然，还要考虑用什么宣传品，达到什么效果，怎么设计，各个门店拜访位置，下发时间，预热标准，也要包括怎么使用媒体，何时发送，活动期内分几次宣传，每次宣传重点和要达到的目的等等，这些都要详细并且可落地。

餐饮营销方案的落地

每一项工作都应具体到人，对每个工作有相关的负责人和检查人，一个活动如同一个项目，要建立项目负责人，项目时间表，然后按照倒推时间每日检查并调整进度表，要落地到什么程度呢?

餐饮营销方案的培训

培训一定是针对所有人的，而不是某个部门的员工，经常看到一些门店培训时只给服务员培训，别人不知道，但是一个活动是全店的活动，哪怕是保洁阿姨，都应该了解活动。

因为客户在咨询的时候，往往不会专门找懂得人，而是碰到谁问谁，包括厨师也需要了解。因为一个活动只有全店所有人员都认知，才会达到思想统一，才会得到好的结果!

餐饮营销方案的调整

方案的调整包含活动中与活动后，活动中，结合实际的效果，随时对活动进行调控，包括各店备货，物料，方案是否合理，宣传内容，宣传侧重，宣传渠道等，都需要在实际跟着活动进行调整优化，否则很容易出现问题!

餐饮营销方案的优化

活动结束后，通过数据分析等一系列操作，我们核心是要对这个活动进行优化，比如哪些渠道宣传效果好，哪些差，分析出来我们就知道下次活动重点资源投入应该在哪个方向，包括促销话术的优化，门店配货的优化，出品优化，包括方案设计的优化，等等等等，计划中每个环节都不会是完美的，都是通过优化逐渐完美。

16个餐饮酒店营销方案免费送您

一、免费的价值

现在很多行业都在做免费体验，免费退换等服务，大概只有餐饮行业还一直在奉行着“天下没有免费的午餐”的古老理念。很多准备开店的老板对自己的产品信心满满，却发愁怎么找到顾客。其实免费就是最好的宣传，如果对自己的产品有足够信心，你还怕顾客下次不会再来吗，目前有很多餐厅开业推出免费产品。

二、核心菜品免费、其他菜品收费

这个模式其实目前有很多做火锅和串串的都在用，也就是所谓的锅底免费，菜品收费。还有很多卖炒菜米饭的，打着米饭管饱的旗号，其实也是核心产品免费，菜品收费。这种模式会给人一种占便宜的感觉，如果用好了就能起到促进生意的作用。

三、免费菜品带动收费菜品

从店里选两样利润大，味道过得去的，但不是最好的菜品，一般凉菜较多，让顾客觉得到你店里用餐总能“捞到便宜”。

四、推出主打菜品

餐饮店必须要有主打菜品，这个主打菜品定价要低点但是要有利润，味道要好，把这个主打菜品打造成进店必点的菜品。

五、特色菜品

除了要有主打菜，还要有特色菜是餐馆不可缺少的营销项目之一，如何去做?

(1)设立五大特色菜，以成本价出售

(2)菜品推荐，在店口设展示牌，上面展示顾客点餐最多的5到10道菜品。

六、幸运顾客可以免单

比如在店里每天抽取幸运座位，坐到指定位置的顾客可享受免单或者免费赠品的优惠

再比如每天制定一个幸运单号，点到这个单号的顾客也可享受免单或者免费赠品的优惠。

再比如每天前多少名顾客可享受相应的优惠。

七、在特定的时间内免费

比如在每天指定的时间段就餐可以享受优惠或折扣。

顾客生日当天就餐可享受免费或优惠。

特定的节日也可以对相应的人群搞相应的优惠活动，比如六一当天三人同行儿童免费，教师节老师免费等等。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十四篇**

>一、活动主题：

“风轻日暖人团聚健康国贸五月节”——感恩回馈！

>二、活动时间：

xx年6月10日到6月12日

>三、活动地点：

饭店各餐饮用餐地点、客房；

>四、活动目的：

1、让顾客了解国贸饭店，打消顾客对消费价格的各种顾虑；

2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情联动消费；

3、利用现有生态基地，互动山庄打造绿色餐饮新理念；

4、凝聚酒店销售合力，调动全员积极性，实现全员营销；

>五、活动形式：

用餐品尝+自选购买+客房、餐饮、山庄联动；

>六、活动定位：

周边散客市场、外地游客市场、团队市场、机会市场，在盘锦餐饮业整体下滑低迷的前提下，打造国贸独具的绿色、生态、养生餐饮新理念，广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

>七、活动宗旨：

在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，

并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，促进酒店形象品牌的树立和推广。

>八、活动内容：

1、现金或银行卡入住客人，而且不少于一天，可在前台领取50元餐饮代金劵（每间房间只限领取一张，特价房、钟点房不参与此次活动）；

2、到国贸餐饮消费就送手工粽子一份，笨鸡蛋一份，赠送一道山野菜菜品，啤酒买一送一（此项活动只限在一楼夏宫，消费在300元以上方可享受）；

3、三楼包房消费500元以上送手工粽子一份，特色山野菜一份，并赠送岫岩山庄门票4张（价值400元）；

**装修餐饮电话营销方案范文 第十五篇**

>一、活动前言

春天来临，一年一度的植树节也随着春天的脚步走来，为了给大家亲近大自然，为我们的世界装点绿色的机会，我们为此举办意义重大的植树活动。

>二、主旨与主题

贡献力量，奉献绿色。

以植树节为契机，奉献我们的力量，进行植树节活动。

>三、活动时间

xx年3月12日。

>四、活动对象

公司团体、各企事业单位。

>五、活动意义

为了创造蓝天碧水的.绿色环境，开展本次志愿者绿色行动。以三月份植树节为契机，做到人人参与，宣传与实际行动相结合，从而令职员在活动中体验成功的喜悦，增加对植物生长的了解，增强环保意识，生态意识，以达到为“xx的后花园”增添绿色，净化、美化环境的目的。

>六、活动准备事宜

**装修餐饮电话营销方案范文 第十六篇**

>01、国庆节餐厅的气氛

在餐厅消费，很大程度上人们消费的是餐厅的整体服务，而不仅仅是食品，因此，国庆节促销，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。

1、餐台

在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香昧，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

2、音响

餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等.都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

3、灯光

餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

4、色调

不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

5、布局

餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

>02/国庆节餐厅的服务

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以让促销活动更好的发挥它的效果。而国庆节餐厅促销，工作人员还要做好国庆节所涉及到的一些必备知识，尤其是与本餐厅促销相关的服务内容，以活跃促销气氛。

>03/国庆节餐厅的食品促销

餐厅里食品的促销方法有很多，下面为大家列举常见的一些食品促销内容：

1、 菜式

国庆节餐厅促销，很多商家会推出相应的国庆套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

2、 制作

让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

3、 观赏

在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

4、价格

通过价格来吸引消费者，这也是商家常用的方法，太要拿捏到位，不要降低价格的同时也降低了餐厅的品牌。

5、赠品

提供一些节日相关的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十七篇**

现在我已经在公司担任业务员有四年的时间了。可以说我是公司数得着的老业务员之一，也是对公司的发展有一定贡献了。现在20··年将结束，我想在岁末的时候就我一年的工作做一下总结，也对自己的工作提前写下了20··年业务员工作计划样本，让自己在假期中能够安稳的度过，也让自己能够及时的认识到当前的形势，希望不会让自己失望!

转眼间又要进入新的一年20··年了，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，也是我非常重要的一年。出来工作已过4个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，我订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、熟悉公司新的规章制度和业务开展工作。

公司在不断改革，订立了新的规定，特别在诉讼业务方面安排了专业法律事务人员协助。作为公司一名老业务人员，必须以身作责，在遵守公司规定的同时全力开展业务工作。

1、在第一季度，以诉讼业务开拓为主。针对现有的老客户资源做诉讼业务开发，把可能有诉讼需求的客户全部开发一遍，有意向合作的客户安排法律事务专员见面洽谈。期间，至少促成两件诉讼业务，代理费用达8万元以上(每件4万元)。做诉讼业务开发的同时，不能丢掉该等客户交办的各类业务，与该等客户保持经常性联系，及时报告该等客户交办业务的进展情况。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十八篇**

>一、前言

中国辛勤的劳动人民，在数千年的饮食文化的探索和发展中，逐渐形成了风格各异的粤、鲁、湘、川等个大菜系和具有属地方特色的食品。北京烤鸭，是北京名食，它以色泽红艳，肉质细嫩，味道醇厚，肥而不腻的特色，被誉为“天下美味”而驰名中外。鸭王烤鸭是现代烤鸭师秉承传统烤鸭工艺研发出的新派烤鸭，烤鸭表面色泽金黄油亮，外酥香而里肉嫩，别有一种特殊的鲜美味道，是烤鸭中的极品。

当今的宣化餐饮业，发展趋势可概括为：发展十分迅速，规模不断扩大，市场不断繁荣。然而，繁荣的同时意味着竞争的加剧，总有餐饮店铺倒下，又有新的店铺站起来，但总有少数几家在大浪淘沙中站稳脚跟并不断发展壮大。作为北京新派烤鸭在宣化餐饮业的代表，“鸭王烤鸭”应成为响当当的\'招牌。

>二、市场/企业分析

宣化餐饮市场同样存在着激烈的竞争，各式各样的大小酒店、饭店，争夺着宣化有限的餐饮资源，冲击着食客的味觉、视觉。

一个酒店要获得成功，必须具备以下条件：

（1）拥有自己的特色。

（2）全面的（质量）管理。

（3）足够的市场运营资金。

（4）创新，不断推陈出新。

这些条件缺一不可，否则，就是昙花一现。这也是许多酒店、餐馆风光开业又迅速消失的原因所在。

东方鸭王酒楼，是在原东方美食苑的基础上新生的饭店。东方洗浴、东方美食苑经过多年的宣传与运营，已在张、宣地区有了一定的知名度，在宣化更是家喻户晓。如能利用“东方”在宣化的知名度延续宣传东方鸭王酒楼，提高菜品质量（行家点评稍差），加强人员培训、管理，定能成为宣化餐饮界的后起之秀。

>三、营销策划

餐饮服务的目的是让顾客满意，只有顾客满意了，酒店才能获得利润。要做好优质的服务，离不开企业内部员工的努力。内部员工营销的成功又以全面的（质量）管理、有效的激励机制和良好的企业文化氛围为基础。

鸭王酒楼开业两月，现正在举办“回报消费者关爱”优惠活动。借此机会，应以顾客满意营销、内部员工营销和文化营销三者结合，作为本次活动的重点进行。

1、本次活动的目的：增加“东方鸭王酒楼”品牌的影响力，提升知名度和美誉度。提升“东方”形象，增强竞争力。加强员工的企业忠诚度和向心力。提高员工服务意识、工作积极性。进一步提升“东方”的企业文化。提升销售额，增加利润。为下一步更好的发展打下良好的基础。

2、活动时间：7月1日——15日，共计15天。

3、参与人数：东方的所有员工、就餐的顾客等。

4、顾客满意、员工满意、管理提高、文化创新

>四、具体方案策划

（一）SP方案

1、“微笑服务”

在活动期间，所以员工一律微笑服务，细致耐心，让顾客乘兴而来满意而归，提高顾客的感觉消费价值。具体实施如下：

7月5日前召开动员大会，6日——15日服务员之间开展“服务大比武”，在大厅设一个专门的版面，每日评出“当日服务之星”，并给予物质奖励。

2、特价

（1）每日推出一道特价菜，日不重样。

（2）随顾客所点菜品加赠部分菜品，如消费100元送两份小菜。200元以上，加赠2道凉菜。500元以上，加赠4道凉菜等。

（3）打折，这是一个迅速提高消费的法宝，建议适当打折刺激消费。

（二）内部营销方案

内部营销是一项管理战略，核心是发展员工的顾客意识，再把产品和服务推向外部市场前，现对内部员工进行营销。这就要员工与员工、员工与企业之间双向沟通、共享信息，利用有效的激励手段。

1、在全体员工内部加强温情管理，要求每一个员工将所面对的其他员工视为自己的顾客，像对待顾客一样进行服务。并在以后的工作中，将内部员工营销固定下来。

2、征文比赛

内部员工征文：《我的选择——东方》（所有员工都写，洗浴、餐饮各写个的。目的是培育员工热爱“东方”的情感，让大家同心合力，共同创造“新东方”！）

要求：

（1）题材围绕东方鸭王酒楼、东方洗浴所发生的事情，可以是工作经历、感想、寄语等。

（2）体裁不限。散文、杂文、记叙文、议论文、诗歌皆可。

（3）截止日期为7月13日。

鼓励全体员工积极投稿 。本次征文活动评出一等奖1名，奖金200元。二等奖2名，奖金100元。三等奖5名，奖金50元。并进行集中展出。

3、成本节约比赛

通过系列活动，对内部员工再教育，提供其的积极性。

（三）产品营销方案

1、在推特色餐饮的同时，推进情侣套餐、商务套餐、家庭套餐、孝心套餐等。如：情侣套餐可推出38元、48元、58元等（对餐饮不明，仅供参考）。

2、绿色家宴：随着生活水平的提高，人们的饮食已不仅仅是为了解决温饱，而是吃“绿色”，吃“健康”。绿色家宴的推出，无疑会受到消费者的青睐。在原材料使用上，力推生鲜类绿色食品。烹饪方式上结合现代人的消费时尚，使菜肴风味化、营养化。在家宴的菜谱上，注重菜肴的营养搭配，平衡膳食，满足人们的健康要求。强烈建议厨房推出！

（四）文化营销方案

向消费者宣传“东方”的企业文化，增强东方企业在目标消费群中的影响力。

在公交车身制作鸭王酒楼的环境图片，烤鸭的制作流程图和酒店的精神口号（东方鸭王酒楼提醒您：关注饮食健康），让顾客把“吃”当作一种享受，使顾客乐而忘返。

>五、广告营销方案

在信息发达的现代社会，媒体无疑是吸引大众眼球的媒介。可根据不同的媒体有不同媒体受众的特点，合理的进行市场定位和目标顾客的定位，合理的选择媒体投放广告，不可片面追求覆盖率，造成广告的浪费。

硬广告和软广告相结合，软硬兼施，已取得更好的效果。利用媒体整合，实现小投入，大产出。

>六、效果分析

1、宣传造势，让消费者产生强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高知名度和美誉度。

2、店内富有人情味，服务周到，能提升目标消费者对企业的忠信度。

3、通过服务比赛、征文比赛、成本节约比赛，能极大的增强员工的企业归属感和向心力，提高工作积极性。

4、通过促销，提升营业额。

日评出“当日服务之星”，并给予物质奖励。

2、特价

（1）每日推出一道特价菜，日不重样。

（2）随顾客所点菜品加赠部分菜品，如消费100元送两份小菜。200元以上，加赠2道凉菜。500元以上，加赠4道凉菜等。

（3）打折，这是一个迅速提高消费的法宝，建议适当打折刺激消费。

**装修餐饮电话营销方案范文 第十九篇**

活动宗旨：

20xx年3月12日是第x个植树节，树木是人类的好朋友，它们有一个非常庞大的家族。家族成员种类烦多，用途不一，但它们都有个共同的特征就是它们都承担着绿化环境、净化空气的作用。幼儿对树木缺乏全面的了解，他们有关树木的经验很零碎。因此我园决定在植树节期间带领孩子们开展一系列的植树节活动。通过植树感受粗浅的植树知识;通过家庭认领树木，让幼儿了解树木的种类，用途以及保护树木的方法;通过护理自然角活动，让幼儿感知种植的乐趣。 活动目标：

1、知道“3月12日”是植树节，加深幼儿对常见树木的认识，了解树木与人类的关系。

2、通过活动的开展，让幼儿懂得保护植物就是保护环境的意识。

3、活动中培养幼儿的耐心、爱心，体验同伴间相互劳动的喜悦。

4、增进亲子感情。

活动准备：

多媒体课件以及雾霾天气的图片。

活动时间：

3月10日——3月12日

活动内容：

一、各班开展“植树节”的相关教育活动。

二、各年级组开展活动：

1、 小班组：“我和小树共成长”——和爸爸妈妈一起种树，并将照片电子稿给老师，并以班级为单位布置主题墙饰。

2、 中班组： “护绿小天使”——各家庭来园制作“护绿卡”，在幼儿园中认领一棵树进行养护，以照片形式记录活动。

3、 大班组： “护绿入园”——幼儿和教师制作并发放植树倡议书。

活动安排：略

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十篇**

一、活动时间：20xx—12—12 上午8：00—12：00 员工到场时间：上午7：30

二、活动地点：“会销酒店”

三、活动主题：“健康万里行体验服务点”上海区授牌仪式

四、活动任务分解：XX

六、活动参加人员：120人，每店20人。

上海所有店工作人员与各店的会员顾客

七、会议服装：店长工装;其他店员：蓝色短袖、深色裤子

八、本次活动分工：

总负责：XX

前期安排：XX

活动总安排协调：XX

策划：XXX

酒店货物安排：XX

现场备货：

(展示产品)XX。

(空箱堆头)XX。

抽奖礼品(XX)

扎气球产品(XX)

宣传单张(XX)

场地背景制作：XX(横幅、背景、优惠政策KT板、牌匾5块)

电脑2台、投影1部准备、插线板带7块：XX

费用分摊、借款、工商报批：XX

公司车辆协调：XX

礼仪、签到物品准备：XX(表格、积分劵、电笔、纸屑等)

布场安排：12月12日下午

横幅背景悬挂、桌椅摆放：XX(酒店员工配合)

音响电脑调试、企业文化短片准备、音乐准备：XX

桌面摆放(食品、报纸、产品折页摆放)：XX

纸箱产品堆头(三个)及奖品摆放：XX

奖品台的摆放：

抽奖礼品(XX)

扎气球产品(XX)

宣传单张(XX)

水机展区布置：XX

含实验用品的准备：(水)烟、油、矿泉水、纯净水、透明杯子;

食品购买、咨询区布置：XX

食物(饼干、香蕉等)、气球等物品购买及会场气球准备

现场安排：

现场总指挥：XX配合：XX(催场)

1楼礼仪人员、抽奖箱准备、绶带、现场礼仪：XX

签到人员：XX

会场领座：各店员工

投影仪、电脑、音响：XX

灯光：XX;

拍摄：XX

主持：XX

专家：讲课专家XX

会场纪检：XX

撤场安排：

横幅背景收集：XX(酒店员工配合)

电脑、投影收回：XX

纸箱产品堆头(两种)收回：XX

水机展区撤场：XX

车辆协调：

另外，请大家要了解熟悉“优惠政策”，在会场中难免会有顾客疑问

活动程序：表格略

优惠政策：XX

【会场纪律】

1、各店经理带队8：00开始入场，建议不要太晚入场;

所有员工着统一工装、带工号牌，保持良好的精神面貌(衣冠不整不许入内);

服装及礼仪要求：

市场一线人员;着蓝色T恤、配工牌;

总部人员：按公司标准着装(白色衬衫)、配工牌;

2、主持人上场时，各店员工要和顾客一起配合喧染气氛;

3、会议开始时，各店员工分立于市场两侧，站立整齐，呈一条直线，严禁交头接耳和在会场来回走动;

4、模板讲解时，现场灯光关闭，必须保持会场安静，暂停咨询沟通工作、员工站立两侧，保证顾客认真听讲，顾客上厕所只需搀扶到门口即可，员工不得外出，讲座中不得服务沟通;

5、各店员工应积极配合主持人，营造会场气氛，如有奖问答、游戏、节目环节积极参与、各环节积极鼓掌;

6、顾客订单、扎奖、中奖时各市场员工积极鼓掌，形成强烈的冲击力;

7、各店员工管理好自己带来的顾客，严防骚乱;提示顾客及其带的小孩不要在酒店台布上乱涂乱划，不要在地毯上吐痰及扔瓜果皮、纸屑等垃圾,不要损坏酒店设施(若有损坏，由所带顾客市场负责赔偿);

8、员工在与顾客交流时，应注意借势，可带顾客到咨询区或展品区。

9、各店派出专人负责打水，严禁顾客在会议期间私自到水机区打水。

10、各店自带货品请注明，否则丢失货品自行负责。

11、为维护好现场秩序，塑造良好的企业形象，以上规定各店必须严格执行，现场设有专职考核人员，各店每违反以上条款中任一项则该市场须多摊出一名顾客之费用。

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十一篇**

1、分析装饰公司

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司!

2、 准备好资料和名片

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性!对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上!

3、对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信、QQ、飞信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师!

4、对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系!

5、通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6、将设计师进行分类：1、注重返点;2、注重设计效果;3、以上两者兼顾的!

7、在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因为一些主观原因而照成伤害设计师推单的积极性。

8、优化单点结算机制，缩短返点申请的时间，迅速、及时的将返点结算到位，这样可以保证那些注重返点的设计师，在以后还是重点推荐我们的产品

9、对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们!

10、 针对现在的小区了解南京小区的交付情况，针对重点的中高端小区，设法联系版主，通过带礼品拜访等，争取组织团购

11、 与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的领袖人物，这一点在小区团购中非常重要(在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助)

12、 装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰.

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十二篇**

>活动背景：

进入3月中下旬汽车市场处于降温期，日常来店（电）客户相对较少，

对汽车销售业绩影响可见一斑，本月总目标为130台，截至目前达成数量有限，因此，通过《“悦”之心动·钜惠瑞城》活动提升店头人气，采用店头宣传与活动穿插的形势，让客户对经销店所有业务窗口有一个深入的了解，包括其经营的二手车，精品等业务的优势与便利性；并且在轻松、愉快的氛围中让客户体会到经销店特有的客户关怀模式。选择在活动现场公布促销方案以提升客户的惊喜感和满意度。

>活动主题：

“悦”之心动·钜惠瑞城

>活动时间：

20xx年3月22日上午10：00—下午17：00

>活动地点：

瑞安红日展厅

>活动方式：

“品茶·赏车”促销发布风雅音韵购车专访

>集客方式：

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十三篇**

来到本公司做业务员已经半月有余，说句实在话，我今天才发现我有很多东西都不懂，还有很多东西要学习，一开始来到公司根本不知自己该干些什么，一直在等待安排;这样做也太被动了，记得有句话是这样说的：“一旦被动起来就意味着要失败!”所以在听过尧总的教训后，深有感触，一定要给自己今后的工作做一个安排，让自己主动起来!

现在我作为一个业务员，其主要目标与任务就是拿到单子，但是拿到单子需要达到哪些条件呢?这些条件我满足了几个呢?

这是我经过尧总的点醒及自己的想法所总结出的条件：

一、要熟记公司的产品及产品规格。

二、了解公司各种产品的报价

三、要会做方案

四、要知道我们公司的客户都有哪些

五、了解同行公司信息

六、沟通能力强，能打动客户

七、做事认真踏实，按时完成该做的任务

八、不要忽略各种细节，细节决定成败

我暂时也只能总结出这些了，也许还有我没总结出来的，这还要让尧总多多斧正。但是即使自己之总结除了这几条，但是我自己能勉强做到的也只有七八两条，第一条也只记得一部分!第二条虽然也记得但是还是忘得差不多了，至于三四五六条的硬性指标更不用提了，一个都没掌握!到现在我已经来公司半个多月了，我如今才发现我的进展竟然如此之慢!危矣!如果不是尧总的指导，也许我永远也不知到自己的情况竟然那么的糟糕!

如今再怎么自责也没用了，只能是尽量挽回这段时间是我损失!不过要挽回损失就要冷静，千万不能慌，不能乱!否则只能是毫无目的的乱作，到头来还是一场空!所以一定要给自己做一个计划，一个安排!

我现在的主要缺点是一些硬性的识记指标不过关，所以要花一段时间去记这些东西，不过记忆这种东西并不是一触而就的，而是需要长时间的温习及运用才能记入脑海深处，否则只能是记得快忘得更快!

每周安排：一周七天，每天抽出半个小时到一个小时去记忆一些要熟记的东西。比如报价、产品规格等。

上午记忆好，精神好，所以每天上午多看看方案等资料学习并尝试自己做方案;

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十四篇**

牌营销策划建设阶段的任务是累计品牌资产，其重要实现手段是强化质量和品牌传播。质量是品牌营销策划的基础，没有精益求精的质量保证，就不可能会有成功的品牌。

在把服务理解为“一种使用的权力“基础上，服务产品的质量可以表现在四个方面：有效性、可靠性、可接受性和可控制性。传播不仅仅是信息沟通，而且也是价值传达，让顾客认知到价值的存在。传播使品牌对消费者产生积极意义。要利用传播工具和营销组合，塑造品牌形象，驱动品牌资产。

在这个阶段，有两个核心的任务，其一是强化质量管理，为品牌建设提供物质支持;其二是进行品牌定位与监理品牌个性。优秀的品牌，总是具有出众的品牌形象和个性。

餐饮品牌的质量管理。餐饮品牌核心品质是指消费者购买的实质性内容。以及清洁、舒适、迷人的环境，安全、友好的气氛和礼貌而殷勤的服务。核心品质是餐饮产品质量管理的重点，只有保证质量，才能使客人获得基本的利益。

无形产品只有有形化才能被消费者所感知和判断。因此必须把服务的核心利益具体化，使无形的服务变得具体，变得可见可及，并通过某种抽象的联想来美化产品在消费者心目中的想想，通过销售整体中的有形部分，使客人了解更多服务的现实情况，以使企业在他们心目中形成好的形象。

品牌附加品质是指消费者在购买产品时所得到的的附加服务和利益。作为餐饮产品的附加品质主要指向消费者提供的超值服务。在一定意义上说，附加品质是餐饮业在所能给予消费者的额外价值。

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十五篇**

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览\_\_花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

5月1日—— 5月7日黄金周期间，在\_\_店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得\_\_花园门票一张;凡抽出写有“五一\_\_店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“\_\_饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间，\_\_店每日限20只\_\_饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参 48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，5月1日— 5月13日活动期间，\_\_店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览\_\_花园。让宾客充分体会到“\_\_里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一劳动节餐厅促销可以采用以下方式：

1、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息;

2、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气;

3、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人;

4、短信打折券、现场短信交友;

5、服务相关小知识短信介绍，例如餐馆可进行新菜式、特色菜、时令菜介绍以满足广大食客的尝鲜心态，避免客户流失;

6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

餐饮营销策划

**装修餐饮电话营销方案范文 第二十六篇**

一、 概要

本方案将从行业市场定位、营销策略及管理与盈利模式等展开构想，以期达到为决策者提供参考依据，文中省略了关于企业战略规划的细述，对部分标题内容仅做提纲性描述。

创办新公司的思路和情况

成为一家优秀的装饰企业是我们的梦想，并在此基础上努力做到最好，我们知道装饰行业是一个市场容量大，入市门槛低，同质化程度高，竞争激烈又极度不规范的行业。目前，多数企业采用公司设计师接单，项目经理分包等形式作为

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！